

Aporte de R\$ 800 milhões para produzir Dakar e Lancer

Marli Olmos

Às 9h de hoje, num local reservado em São Paulo, 150 concessionários estarão reunidos num evento que pode ser a largada para a Mitsubishi avançar no mercado brasileiro. A apresentação começará com um filme publicitário com canção "Forever Young", da banda alemã Alphaville. Em seguida, Pérsio Arida, diretor do BTG Pactual, e o presidente do conselho da MMC Mitsubishi do Brasil, Eduardo Souza Ramos, darão detalhes da sociedade e do novo investimento.

Com os R\$ 800 milhões a serem investidos em quatro ou cinco anos, a fábrica, de 97 mil metros quadrados hoje, ganhará mais 32 mil metros. A capacidade anual aumentará de 50 mil para 100 mil veículos e serão abertos mil empregos, elevando o quadro para 4 mil funcionários.

A empresa ainda estuda se usará linhas de financiamento. O plano prevê a chegada de um novo utilitário, o Pajero Dakar, já no próximo ano, e uma versão sedã do automóvel Lancer até o fim de 2012. Em Catalão já se produz a picape L-200 e versões do Pajero. O Lancer disputará espaço com modelos como Civic, da Honda, e Corolla, da Toyota.

A canção escolhida para hoje é sugestiva, segundo Souza Ramos. Ao deixar a presidência executiva, há cinco anos, o empresário passou o tempo, desde então, mergulhado na análise de uma nova composição acionária e administrativa da companhia.

No segundo semestre de 2009, a MMC passou de companhia limitada para S.A. Foi uma forma de abrir espaço para a entrada do BTG Pactual. Não se tem notícia, ainda, da possibilidade de a própria matriz da Mitsubishi ter interesse em colocar seu próprio capital no país. "Essa é uma conversa em curso desde 2003", conta Souza Ramos. Ele diz não se opor à participação dos japoneses no empreendimento. Até gostaria. Mas não há nada em negociação, garante. Ele também diz que a sociedade com o Pactual não capitalizou a empresa. Foi simplesmente venda de uma parte das ações, possível, diz, graças à saída do outro sócio, Paulo Ferraz. Ele não revela quanto.

Com a arrancada, a Mitsubishi quer elevar a fatia no mercado brasileiro de pouco mais de 1% para pelo menos 2%. "Isso só é possível com um automóvel", diz Souza Ramos, que já prepara planos para o futuro: fabricação de motores (hoje importados do Japão) e a produção de um carro pequeno. "Poderia ser o Colt (já feito no Japão) ou um elétrico, quem sabe", diz.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 17 mar. 2010, Empresas & Tecnologia, p. B8.